

Ausbildungsoffensive im Netz: rückenwind-Projekt des Diakonie Bundesverbandes setzt aufs Web 2.0

Berlin. Candy ist im Stress. Kaum ist das erste Praktikum vorbei, kommt auch schon das nächste. Dazwischen Klausuren – und der Praktikumsbericht. Immerhin ist die angehende Sozialassistentin damit nicht allein. Ihre Erfahrungen teilt sie mit anderen - über einen Blog, das ist eine Art öffentliches Tagebuch im Internet. Auf <http://blog.soziale-berufe.com> schreiben Auszubildende diakonischer Einrichtungen über ihren Alltag – direkt und ehrlich. Das Projekt gehört zu einer Online-Kampagne des Diakonie Bundesverbandes. Mit verschiedenen Web 2.0-Angeboten sollen Nachwuchskräfte für soziale Berufe gewonnen werden. Denn in den nächsten Jahren wird es hier einen massiven Fachkräftemangel geben. „Übers Internet kriegen Jugendliche direkt mit, wie es in der Branche zugeht – das ist viel nachhaltiger als ein Flyer“, sagt Maja Schäfer, Referentin für Jugendkommunikation im Diakonie Bundesverband. Das Projekt „Mit neuen Medien Jugendliche für die Diakonie gewinnen“ ist bewusst kein Marketing-Tool. „Das würde bei den Jugendlichen nicht funktionieren – es muss authentisch bleiben“, sagt Schäfer. Das Angebot wird durch das Programm des Europäischen Sozialfonds „rückenwind – Für die Beschäftigten in der Sozialwirtschaft“ gefördert. Damit ist es eines von mehreren unterstützten Projekten im Bereich Neue Medien.

Herzstück der Kampagne ist das Berufsorientierungsportal www.soziale-berufe.com. Schäfer hat die Seite zusammen mit einer Kollegin konzipiert. Hier gibt es nicht nur Videos zu den verschiedenen Berufsfeldern, sondern auch Tests – InteressentInnen können in diesem Rahmen direkt checken, ob ein Job zu ihnen passt. Zentral ist auch der Mitmach-Charakter des Angebots: Wer will, kann Blog-AutorIn werden und Fotos mit kurzen Statements hochladen. In einer Hintergrundecke werden abstrakte Themen wie der demographische Wandel jugendgerecht erklärt. Auch das soziale Netzwerk Facebook ist Teil der Kampagne. Unter www.facebook.com/SozialeBerufe gibt es unter anderem Veranstaltungsinformationen, Ausbildungsporträts und Videos. Über die Kommentarfunktion können Nutzer direktes Feedback geben – für die Diakonie ist das auch eine Chance, schnell auf Kritik und Anregungen zu reagieren. Obwohl das Angebot noch nicht gezielt beworben wurde, hat die Facebook-Seite schon über 350 Fans. „Das ist noch nicht unglaublich viel, aber es läuft über eine Art Schneeballsystem“, sagt Schäfer. Über Twitter wendet sich das Projekt außerdem an LehrerInnen, BerufsberaterInnen und die Medien. (www.twitter.com/SozialeBerufe)

Am Anfang war es nicht leicht, AutorInnen für die interaktiven Formate zu gewinnen. Schäfer ging deshalb direkt auf Auszubildende zu. Candy Göricke musste sie allerdings nicht lange bitten: „Ich wollte so was sowieso gerne machen.“ Denn als sich die 24-Jährige vor ihrem Ausbildungsstart über ihren zukünftigen Job informieren wollte, fand sie wenig: „Das soll anderen nicht so gehen.“ Jeden Sonntag schreibt sie nun mehrere Stunden über ihren Arbeitsalltag. „Ich weiß nicht, ob meine Lehrer das lesen – den Leuten aus meiner Klasse gefällt es“, sagt Göricke. Alle Blogbeiträge werden kontrolliert, bevor sie freigeschaltet werden. „Ich finde das gut, schließlich dürfen wir die Schweigepflicht ja nicht verletzen“, sagt

Svenja Hummel. Sie macht eine Ausbildung zur Gesundheits- und Krankenpflegerin über die sie seit einigen Wochen im Rahmen des Diakonie-Projektes schreibt. Warum sie dabei ist? „Weil es wichtig ist, für den sozialen Bereich Leute zu finden, die sich begeistern, die es wollen, denen es nicht nur ums Geld geht.“

Die Nachwuchsgewinnung in der Sozialwirtschaft hat aber auch eine gesellschaftliche Dimension: Aufgrund des demographischen Wandels werden laut Statistischem Bundesamt im Jahr 2025 allein in Pflegeberufen über 150.000 Beschäftigte fehlen. Auch ErzieherInnen werden knapp – der Bedarf hat sich durch den Ausbau des Betreuungsangebotes für unter Dreijährige stark erhöht.

In den nächsten Monaten soll das Projekt, das bis zum Jahr 2013 läuft, noch stärker nach außen präsentiert werden: Beim Kirchentag, auf Messen und am Boys Day sind Aktionen geplant. „Die Basis steht, jetzt muss die Nachhaltigkeit gesichert werden“, sagt Schäfer. Sie hofft, dass sich das Projekt langfristig selbst am Leben hält. „Obwohl das wahrscheinlich ganz ohne Betreuung nicht läuft.“

Kontakt zum rückenwind-Projekt „Mit neuen Medien Jugendliche für die Diakonie gewinnen“

Diakonisches Werk der EKD e.V.
Maja Schäfer
Referentin Jugendkommunikation Online
Reichensteiner Weg 24
14195 Berlin
Tel.: 030 83001-104
m.schaefer@diakonie.de
www.diakonie.de